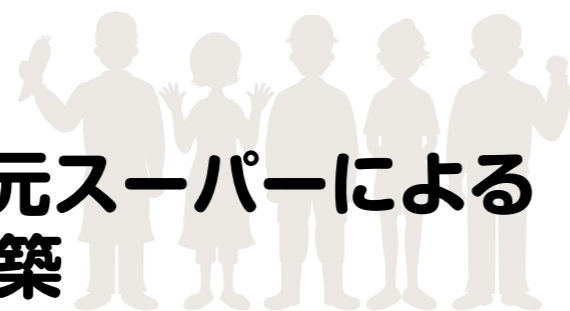
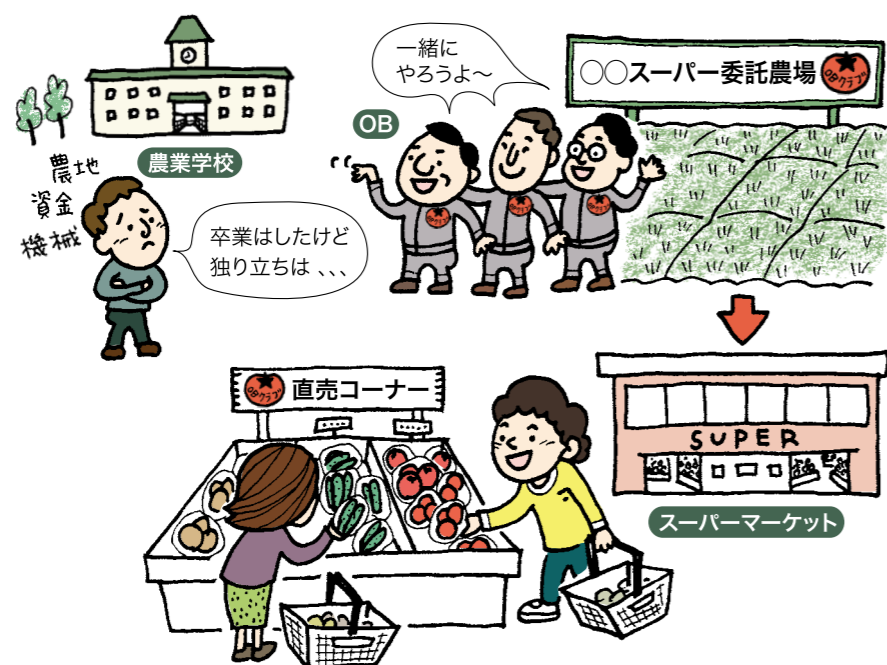




農業学校OB組織と地元スーパーによる連携型営農モデルの構築



- 農業学校卒業生が地元スーパーの出資を受け法人設立
- 顔の見えるプライベートブランド農産物として差別化
- 卒業生の受け皿になることで農業の担い手を創出



シナリオ

- 農業は、農地や機械などの初期投資が必要となるため、農業学校を卒業しても、すぐに立ち立ちができず、求人もそれほど多くないことから、農業以外の企業に就職する卒業生が多い状況であった。
- そこで、農業学校のOBが、地元スーパーの出資を受けて法人を設立し、スーパーの委託生産農場として、顔の見える農産物の生産を行うビジネスモデルを構築することとなった。
- 農業学校OBは、同校講師陣の技術支援を受ける代わりに、卒業生を積極的に受け入れ、共同で農場経営を行う。それぞれが安定した雇用を確保しながら農業スキルを高め、立ち立ちを目指す。
- 農場で生産された農産物は、スーパーの直売コーナーで、PB（プライベートブランド）農産物として販売する。

役割

農業法人

- 農業学校で学んだ実践的な農業生産技術や農産物加工技術を活かして、安全・安心な農業生産を行う。
- 農業学校卒業生の受け入れを積極的に行うことで、安定的な農業の担い手を確保し、地域の雇用創出に貢献する。
- 農業学校の講師陣とのネットワークにより、最新の生産技術・農業経営に関する情報を入手し、効率的な経営を行う。

スーパー

- 出資という形態により農業法人の設立を支援し、委託生産農場として位置付け、生産物の安定的な買い取りを行うことで経営も支援する。
- 自社店舗の直売コーナーで農産物や加工品を販売し、消費者のニーズを農場にフィードバックし、売れ筋商品の情報共有を行う。

効果

農業法人

- 地元スーパーに出資を持ちかけ、委託農場という形で連携することにより、安定した販路・売上げの確保が実現できる。
- 農業に意欲のある卒業生を受け入れることで、農業学校との関係を強化し、生産技術・農業経営に関する様々な情報入手が可能となる。
- 農業学校の同窓生という繋がりにより、チームワークの良い経営を実現できる。

スーパー

- 出資という形態により、リスクを抑えた農業参入が可能となり、通常取引関係より密な連携形態を実現できる。
- 顔の見えるPB農産物を安定的に提供することにより、消費者の信頼を確保し、売上げが向上する。

副次的効果

農業学校

- 従来、新規就農時の初期投資が大きい等の理由で卒業生の就農が困難だったが、本法人の設立により安定的な就農（就職）先を確保でき、学生募集が容易になる。